

FLER KAN EXPORTERA MER

TEKNIKFÖRETAGENS SYN PÅ EXPORTFRÄMJANDET



Teknikföretagen

KREATIVITETEN ÄR SVERIGES STYRKA



KONTAKT

Jennie Cato

Ansvarig för handelsfrämjande på Teknikföretagen

08-782 09 06

jennie.cato@teknikforetagen.se

info@teknikforetagen.se

Inledning

Sverige är en av världens ledande exportnationer, baserat på fri konkurrens och med stöd från staten inom givna regelverk. En konkurrenskraftig exportsektor med världsledande företag måste nu och i framtiden bygga på ett gemensamt åtagande mellan näringsliv, stat, fackföreningar och akademi. Att upprätthålla den svenska välfärdsmodellen bygger på en bred folklig förståelse för exportindustrins framtida utmaningar. Ändamålsenliga exportförutsättningar för svenska teknikföretag utgör basen för svensk välfärd. Får industrin ännu bättre förutsättningar att exportera, kan teknikföretag fortsätta att bidra till arbetstillfällen, tillväxt och välfärd för Sverige.

Den här rapporten har tagits fram i syfte att teckna en bild av den nuvarande situationen för det offentliga handelsfrämjandet. Dessutom har den i uppgift att ge Teknikföretagens syn på hur fler teknikföretag kan exportera mer, samt komma med konkreta förslag till åtgärder.

Rapporten vänder sig i första hand till tjänstemän, beslutsfattare och politiker som verkar inom det svenska främjandesystemet. I andra hand till övriga som har intresse för exportfrågor.

TEKNIKFÖRETAGEN, JUNI 2015

”SKULLE BARA NÅGRA AV DE STORFÖRETAG
SOM SVARAR FÖR HUVUDELLEN AV VÅR
EXPORT FÖRSVINNA, RÄMNAR EN STOR DEL
AV BASEN FÖR VÅRT VÄLSTÅND.”¹

¹ Globaliseringsrådets slutrapport



Sammanfattning

Det offentliga systemet för exportfrämjande är idag komplext, svår genomträngligt och svårt att överblicka. Det är inte nödvändigtvis så att det behövs tillskott i form av mer pengar i främjandesystemet – däremot behövs ett mer effektivt utnyttjande av de medel som står till buds. Lika viktigt är en tydligt sammankopplad exportvärdekedja med insatser och instrument i varje fas av internationaliseringsprocessen som tillsammans leder till gemensamma mål. Det statliga exportfrämjandet bör vara efterfrågestyrt och långsiktigt.

Det statliga främjandet. Efterfrågeperspektivet kan inte nog understrykas. Vi ska inte ha politiska prioriteringar som styr över var företagen ska göra affärer. Mer kreativa exportfinansieringslösningar och nya affärsmodeller för systemexport behöver utvecklas, det är särskilt viktigt för små och medelstora företag.

Det statliga exportfrämjandet bör vara sinsemellan kompletterande, det vill säga insatserna bör koordineras och samordnas med andra statliga stöd och insatser (som erbjuds av myndigheter med främjarpdrag inklusive Business Sweden).

Företagen efterfrågar konkreta verktyg och stöd som exempelvis statliga medel till tekniska förstudier, stöd till demonstrations- och referensinstallationer både nationellt men även internationellt (och då inte bara på tillväxtmarknader/SIDA-länder).

Teknikföretagen föreslår därför en utredning för att komma med förslag till hur det ska bli enklare för företagen att ta del av och orientera sig i det offentliga främjarsystemet.

Teknikföretagen tror att en framgångsmodell är att fortsätta ha en central exportaktör. Vi tror dock att en sådan aktör behöver ha en flexibel organisation som kan agera beställare/samordnare, och som vid behov kan plocka in både statliga och privata aktörer och experter och underkonsulter vid behov. Teknikföretagen tror vidare att det vore effektivt att i högre grad involvera och använda näringslivets representanter i form av handelskammare, branschorganisationer och -grupper för branschspecifika insatser och uppdrag.

Myndigheternas roll. Export och försäljning av komplexa system, som exempelvis inom avfall eller vattenteknik kräver långsiktig bearbetning genom ett antal försteg. Det kan gälla uppbyggnad av långsiktig policyutveckling, institutionell kunskapsöverföring, relationsbyggande och kapacitetsuppbyggande insatser på mottagarmarknaden, särskilt på tillväxtmarknader. Sektor- och expertmyndigheter kan här spela en viktig roll för att i bilaterala samarbeten långsiktigt arbeta tillsammans med nationella eller lokala myndigheter för att på fem till tio års sikt skapa förutsättningar för svenska företag att etablera sig i landet.

Teknikföretagen föreslår att myndigheter som har främjandeuppdrag tydligare kopplar dessa till de gemensamma mål för exportfrämjandet som regeringen fastställer. Teknikföretagen föreslår också att det statliga främjandesystemet blir mer effektivt i de viktiga försteg av policyutveckling och kapacitetsöverföring som krävs.

Värdekedjeperspektiv. Det är viktigt att ha ett värdekedjeperspektiv på exporten: hela kedjan från forskning, utveckling, innovation, kommersialisering, tillväxt och internationalisering/export bör vara sömlös och hänga ihop på ett tydligt sätt. Det finns förhållandevis mycket stöd i tidiga skeden kopplat till Forskning och utveckling, FoU, men mindre och mindre stöd ju närmare marknaden man kommer. Små och medelstora företag behöver dock hjälp både att komma över "dödens dal" i kommersialiseringssfasen, och hjälp att växa på internationella marknader. Ett tydligare perspektiv på kopplingen mellan forskningsfinansiering och nyt-



tiggörande i form av export önskas. Ett exempel är den danska modellen där man använder begreppet ”från forskning till faktura”. Målet är att dra nytta av och kommersialisera forskning och innovation ut på internationella marknader.

Anpassat stöd till olika företagssegment.

För de stora företagen som verkar på en global marknad är frågor som frihandelsavtal, infrastruktur, transporter, fri rörlighet av arbetskraft, tillgång på arbetskraft med rätt kompetens samt EU:s inre marknad viktiga frågor. Stora företag efterfrågar även stöd vid komplexa affärer i form av hög politisk uppbackning också på nära marknader.

Små och medelstora företag behöver generellt statligt/offentligt stöd för både mogna, närliggande marknader och tillväxtmarknader. För riktigt små företag kan det vara besvärligt nog att ”ta sig över Östersjön”. Små och medelstora företag behöver också mer långsiktigt och uthålligt stöd än idag, samt mer stöd både i för- och i efterarbetet av ett nedslag på en marknad.

Teknikföretagen föreslår att stödsystemet segmenteras på ett tydligare sätt för olika målgrupper av företag.

Teknikföretagen föreslår att man bör samla de affärsnära stöd, verktyg och instrument som riktar sig till små och medelstora företag och även ser över möjligheterna till ett ”exportcoachsystem” som handgripligen kan hjälpa de minsta företagen att navigera i stödsystemen.

De mellanstora företagen tillhör det segment som har störst potential att växa på internationella marknader med rätt stöd.

Teknikföretagen föreslår att det bör utredas om de medelstora företagen får det stöd som de behöver för fortsatt expansion på utlandsmarknaderna. Mer generellt kan frågan ställas om den vanliga segmenteringen av företag enligt storlek är för grov för att svara mot de främjarinstrument som utformas.

Samverkan med näringslivet. Ett litet exportberoende land som Sverige är särskilt beroende av fungerande samarbete och dialog mellan stat, näringsliv, fack och akademi.

Teknikföretagen föreslår att det från regeringens sida inrättas långsiktiga referensgrupper/dialoger på olika nivåer med näringslivsföreträdare som bollplank till regeringen under exportstrategins genomförande. Teknikföretagen med 3 700 medlemmar som står för hälften av den svenska varuexporten ser sig som en naturlig dialogpart i ett sådant arbete.

Teknikföretagen föreslår att främjandet tillsammans med näringslivet och storföretagen hittar nya samverkansmodeller mellan stora erfarna svenska exportföretag och små och medelstora företag som kan utvecklas med hjälp av statligt stöd (till exempel från myndigheter). Vidare bör det göras en sammanställning och analys av svenska och internationella framgångsrika exportmodeller där små företag får draghjälp av stora.

Ekonomisk diplomati. Det är viktigt att stärka den svenska närvaron inom strategiska marknader. Export- och affärsnytteperspektivet bör genomsyra alla departement och utlandsmyndigheter och betonas i alla relevanta sammanhang. Företagen betonar statens och ministrars viktiga roll som dörröppnare internationellt på hög nivå, så kallad ”ekonomisk diplomati”. Staten har en mycket viktig roll som marknadsförare av ”Sverige AB”. Utlandsmyndigheterna bör därför få tydligare mandat i främjandet.

Det betyder att ha ambassader och officiell närvaro, men det kan också vara närvaro i form av representanter från näringsliv, kommunal beställarkompetens eller experter från relevanta branschorgan. Tyskland har exempelvis hjälpt hundratals tyska ingenjörer på nyckelpositioner i indiska delstater och kommuner som bistår lokala tjänstemän vid offentlig upphandling av komplexa system (till exempel kretslopp för avfall, vatten och avlopp). De svenska kommunernas roll och kompetens skulle kunna spela en större roll utan att för den skull tumma på kommunallagen. Det skulle kunna ske genom att erbjuda beställarstöd till utländska städer och kommuner vid stora komplexa upphandlingar av tekniska system som är svenska styrkeområden (avloppsrening, avfallsförbränning, hållbar stadsplanering i stort). Då ökar chansen att det blir svensk teknik- eller tjänsteleverans.



Teknikföretagen föreslår att en översyn bör genomföras av hur den statliga omvärldsbevakningen på ett relevant, mer sammanhållet och tydligare sett kan kommuniceras till, och skapa värde för, företagen.

Teknikföretagen föreslår vidare att det tydliggörs hur ett affärsperspektiv ska genomsyra alla utlandsmyndigheter och att det definieras tydligare vilken roll ambassaderna kan spela för att främja svenska företags intressen i landet.

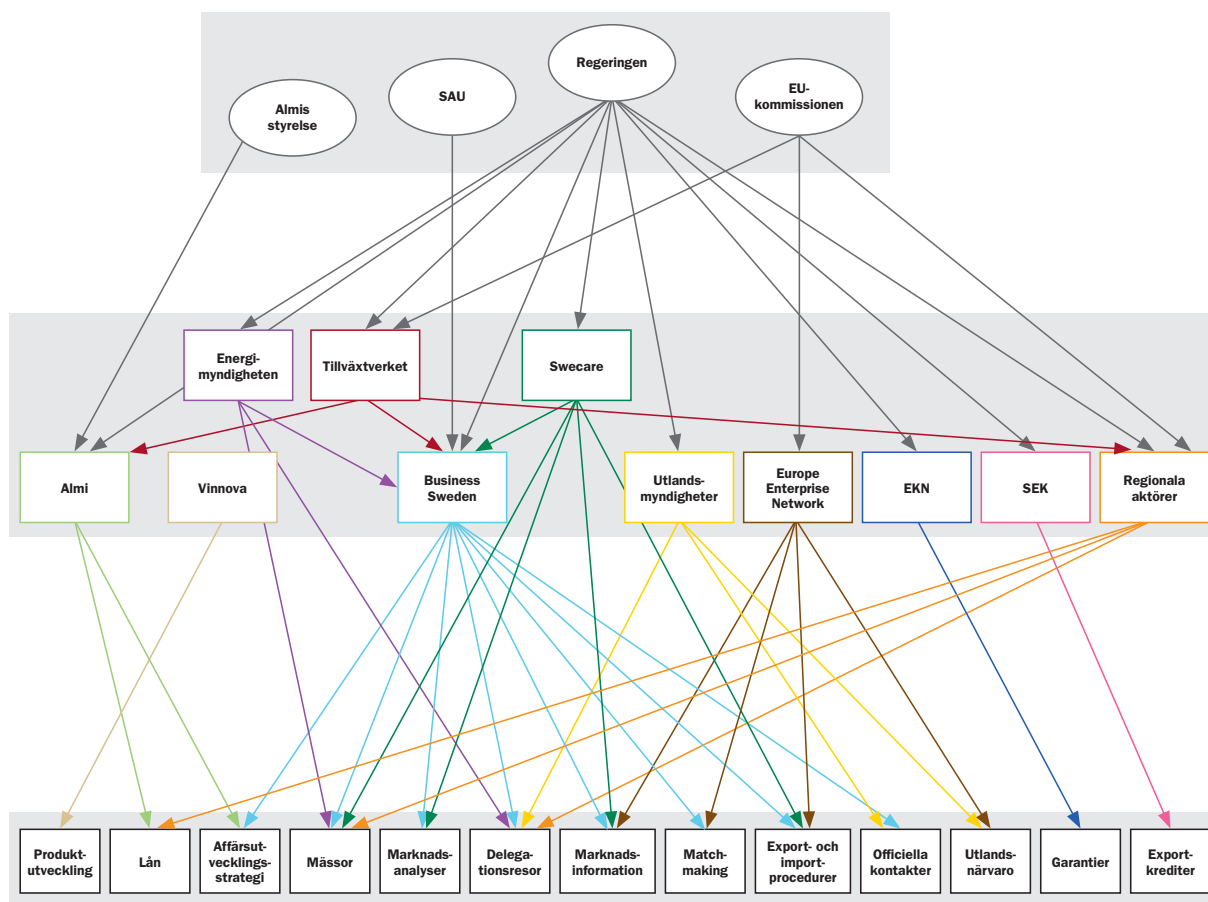
Samverkan mellan politikområden. En närmare samverkan och koppling mellan politikområden som handel- och utvecklingsamarbete eller handel- och klimatsamarbete efterfrågas. Inriktade utvecklingsarbeten på områden där Sverige har särskild kompetens och kan bidra, och som senare kan leda till affärer för svenska företag. Trots obun-

det bistånd går det att samverka över myndighetsgränser och se till att svenska företag kommer in i samarbeten och upphandlingar. Hur ser vi till att det fungerar mer sömlöst mellan utvecklingsamarbete och handel?

Teknikföretagen efterlyser en större samverkan som spänner över fler departementsgränser och politikområden, exempelvis handel och bistånd, handel och klimat, forskning och innovation och handel med flera. Näringsliv och branschorganisationer bör tidigt bjudas in i dialoger så att man lättare förstår och ser möjligheterna för företag och export i till exempel bilaterala samarbeten med andra länder.

En industri med ännu bättre förutsättningar att exportera, kan fortsätta att bidra till arbetstillfällen, tillväxt och välfärd för Sverige.

Den statliga främjandestrukturen



Källa: Tillväxtanalys "Samhällsekonomiska effekter av det statliga främjandet" 2014

Innehåll

1. Det statliga främjandet	7
2. En central organisation för exportfrämjandet	9
3. Myndigheternas roll	10
4. Ekonomisk diplomati och exportfrämjande	11
5. Samverkan mellan politikområden.....	13
6. Samverkan med näringslivet.....	14
7. Anpassat stöd till olika företagssegment	15
8. Nordisk samverkan	18
9. Prioritering av marknader	19
10. Upphandling i internationella organisationer	20
11. Miljöeffektiv teknik på export.....	22
12. Offentlig exportfinansiering	24
Bilaga 1. Röster från verkligheten.....	26





1. Det statliga främjandet

Det svenska främjarsystemet är svår genomträngligt och komplext², med flera huvudmän, styrande organ och genomförare på olika nivåer, inte minst regionalt. Många offentliga aktörer erbjuder liknande stöd och insatser och det är svårt att skapa överblick. Det tillkommer ständigt nya riktade, eller tidsbegränsade uppdrag som gör det än svårare att navigera i stöd-djungeln.

"Exportfrämjandet behöver konsolideras och samordnas på ett sätt som gör det tydligt för oss företag vem som gör vad och vilka aktiviteter och verktyg som finns och vad det kostar. Vi vill se mer aggressiv och samlad marknadsföring av Sverige AB!"³.

Den här kritiken har framförts under lång tid och är den i särklass vanligaste uppfattningen om främjandet som företagen ger uttryck för. Återkommande försök har genomförts med att rensa upp och samordna i systemet. Men kritiken kvarstår. Många hävdar att det krävs mer av ett "underifrån och upp"-perspektiv för att få en förändring i frågorna.

Det handlar om överlappande uppdrag. Otydliga roller. Inte helt sammanhängande budgettilldelning till främjande verksamheter inom olika departement och dess underställda myndigheter. Det behövs en övergripande och djupgående översyn kring vilka direkta och indirekta främjandeuppdrag som idag finns i regleringsbrev och instruktioner till olika myndigheter och organisationer och hur dessa länkar samman.

Vi föreslår att en sådan översyn görs i syfte att genomlysna det offentliga främjarsystemets olika uppdrag och effektivisera insatser så att de leder mot gemensamma mål. Statliga främjare (myndigheter, regioner, Business Sweden med flera) bör renodla sina roller och insatserna ses över så att dessa kom-

pletterar varandra snarare än konkurrerar med varandra. Det bör utföras analys och sätts tydliga och långsiktiga mål före enskilda satsningar så att det är tydligt vad som ska uppnås, varför och ungefär på hur lång sikt.

"Många vill att vi ska åka med på [och betala för] delegationsresor, men det finns inget stöd i stegen före och efter."⁴

Nya samverkansformer bör också sökas med de många främjarverksamheterna i den privata sektorn. Sammantaget bör ambitionen vara att skapa en tydligare och mer sammanhållen främjarorganisation som på ett professionellt sätt kan kommuniceras till företagen.

Verktyg, stöd och information för både företag och utländska intressenter inom branschsegmentet miljöeffektiv teknik har man föredömligt samlat i portalen Swedish Cleantech⁵. Slående är att enbart inom detta branschsegment återfinns ett tvåsiffrigt antal offentliga främjare som erbjuder olika typer av stöd, och då är inte de regionala främjarna medräknade.

Det finns idag ingen samlad ingång för det breda exportfrämjandet. Det har under åren gjorts försök att samla statliga/offentliga främjarorganisationer, till exempel inom initiativet "No Wrong Door"⁶, som aldrig riktigt lyckats. Det kan delvis bero på att stöden och programmen är temporära och kortsiktiga

² Tillväxtanalys, Effekterna av statens främjandeinsatser för internationalisering, 2014/006

³ Citat från Teknikföretagens exportworkshop 2014-12-05

⁴ Citat från Teknikföretagens exportworkshop 2014-12-05

⁵ www.swedishcleantech.se

⁶ "No Wrong Door – erbjudande från nationella aktörer till små och medelstora företag", VINNOVA, VI 2010:09



och ändras över tid. Även för en person/organisation som finns inom systemet är det en utmaning att hålla en aktuell överblick över allt som pågår inom området för export/internationalisering.

Inte bara är det svårt att överblicka. Företagen upplever också att det är byråkratiskt och administrativt tungt att söka alla dessa ”småstöd”, särskilt för de allra minsta företagen. Det är ofta samma handlägningsprocess, och därmed tid, som krävs oavsett om företagen söker 10 000 kronor eller en miljon kronor.

”Det kostar oss lika mycket i nedlagd arbetstid [skriva ansökan och ha kontakt med handläggare] att söka dessa pengar som värdet av stödet vi sedan eventuellt får. Det blir ett nollsummespel.”

Det har tidigare föreslagits idéer kring att utveckla ett gemensamt system där det skulle räcka för ett företag att få sin ansökan behandlad och godkänd av en främjarmyndighet för att sedan vara ”inne i systemet” och ha en kortare process nästa gång eller vid kontakt med en ny myndighet.

I Danmark utvecklar man inom ramen för sin nyligen lanserade exportstrategi en så kallad ”Exportguide”⁷, som ska vara vägen in för företagen och samla all relevant information om det offentliga exportstödet som utgår oavsett var ett företag befinner sig i exportvärdekedjan.

Teknikföretagen föreslår en utredning för att komma med förslag till hur det ska bli enklare för företagen att ta del av och orientera sig i det offentliga främjarsystemet.

⁷ <http://um.dk/da/eksporttraadet/eksportguiden/>



2. En central organisation för exportfrämjandet

Business Sweden är den centrala svenska organisationen för export- och investeringsfrämjandet och ägs av staten och näringslivet. Företagen upplever en delvis fortsatt problematik med Business Swedens "dubbla roller". Dels rollen som representant för det offentliga statliga exportfrämjandet med delvis kostnadsfria tjänster, som ofta också är den naturliga första kontakten för företag in i en internationaliseringsprocess. Dels rollen som helt affärsdriven konsult som säljer sina, relativt dyra, konsulttjänster. Transparensen för vad som kostar och vad som inte kostar, eller vad som är subventionerat och med hur mycket, upplever företagen som liten.

Företagen upplever också bransch- och expertkunskapen som ojämn. Business Sweden har traditionellt anställt unga nytutexaminerade personer med liten näringslivserfarenhet, vilket också lett till hög omsättning på utlandskontoren. Det finns också en utbredd uppfattning om att Business Sweden i många fall levererar en ganska dyr förstudie av ofta standardiserad karaktär som ger en generell och övergripande bild av affärsläget. Men vad många företag efterlyser är att få hjälp med en bedömning av den specifika affären.

Styrmodellen för Business Sweden kan också skapa viss problematik i prioriteringar. Det som är "bäst för Sverige" kanske inte alltid är mest lönsamt för den konsultfinansierade delen av Business Sweden. Staten vill satsa på vissa marknader, men potentialen för kostnadstäckta uppdrag kanske är större för Business Sweden på andra marknader.

Kritik har också framförts kring hur Business Sweden marknadsför sitt eget varumärke på bekostnad av beställaren/kundens.

Klart är att det finns behov av en central exportaktör som Business Sweden. Däremot bör det tydliggöras vad som är statligt/a uppdrag och vad som är fullt affärsdrivna konsulttjänster. Prissättningen bör bli mer transparent. Rollen som "expert på export" bör också renodlas. Det är orimligt att en enda aktör ska ha alla bransch-/sakområdeskompetenser.

Man ska inte heller glömma att det finns en rad andra kompetenta aktörer (myndigheter och organisationer) som har olika typer av exportfrämjandeuppdrag i den statliga främjandefamiljen. Statliga uppdrag bör således – beroende på fokus – kunna tilldelas olika aktörer, men då med stora krav på samordning mellan aktörerna.

Teknikföretagen tror att en framgångsmodell är att fortsätta ha en central exportaktör. Vi tror dock att en sådan aktör behöver en flexibel organisation som kan agera beställare/samordnare, och som vid behov kan plocka in både statliga och privata aktörer samt experter och underkonsulter vid behov. Det krävs också en tydlighet i vad som är rent statliga uppdrag och vad som är/blir konsulttjänster.

Teknikföretagen tror vidare att det vore effektivt att i högre grad involvera och använda näringslivets representanter i form av handelskammare, branschorganisationer och -grupper för branschspecifika insatser och uppdrag. Branschorganisationerna känner sina företag och deras verksamhet på ett sätt som borde vara intressant för den statliga exportfrämjandesamordningen.

Teknikföretagen föreslår att det inrättas permanenta referens-/styrgrupper i Business Swedens verksamhet på olika nivåer, med näringslivsföreträdare som kan agera dialogpartner och bollplank inför och under olika satsningar.



3. Myndigheternas roll

För att på sikt kunna skapa förutsättningar för svenska företag inom områden och branscher som kräver viss lagstiftning, styrmedel eller incitamentsmodeller behöver ett direkt stöd för exportfrämjande ofta föregås av ett antal försteg. Ett exempel är försäljning av system för avfall eller vattenteknik. Då krävs försteg i form av uppbyggnad av långsiktig policyutveckling, institutionell kunskapsöverföring och kapacitetsuppbyggande insatser. På många marknader, särskilt tillväxtmarknader, saknas en kontext i form av lämpliga regelverk och styrmedel som möjliggör en sådan export.

Sektor- och expertmyndigheter kan då spela en viktig roll för att i bilaterala samarbeten långsiktigt arbeta tillsammans med nationella eller lokala myndigheter för att på fem till tio års sikt skapa förutsättningar för svenska företag att etablera sig i landet.

Arbetet kan innebära stöd vid utformning av styrmedel och policys, analysera incitamentsstrukturer och lagar för att skapa förståelse kring hur till exempel ett miljöeffektivt system ska kunna implementeras på affärsmässiga grunder. Myndigheters arbete kan även innebära att bygga upp lokala kompetenscentrum som i sin tur kan driva arbetet med att bygga nätverk, genomföra pilotprojekt eller erbjuda utbildning till beslutsfattare på lokal och regional nivå. Detta har visat sig vara en möjlig inkörspport för att identifiera möjliga projekt på lokal nivå, samtidigt som det skapar kontakter mellan svenska aktörer och potentiella köpare. När dessa strukturer är på plats kan de nätverk och de organisationer som byggts upp användas för att stödja svenska företag med marknadskännedom samt matcha dem med lokala samarbetsföretag eller ge feedback kring en möjlig etablering.⁸

Exportfrämjandet har de senaste åren blivit trendigt och någonting som många myndigheter vill syssla med. Det är inte negativt, världsmarknaden är stor och det borde finnas "plats för alla". Utmaningen är att många statliga främjare erbjuder samma typ av stöd, snarare än kompletterande, vilket gör att denna kedja av insatser inte blir "sömlös". Utåtriktade insatser i form av delegationsresor och kortare projekt

är mer förekommande än till exempel förberedande stöd inför en utlandssatsning, eller stöd att ta hand om och bearbeta resultaten från en insats efteråt.

Dessutom riktar olika aktörer sina satsningar ofta till olika specifika länder/marknader, ibland är målgruppen enbart en särskild bransch och ofta är deltagandet villkorat via utlysningar under ett begränsat tidsfönster. Det gör det ytterst svårt för företagen att navigera rätt i systemet och dessutom lyckas passa in rätt stöd vid rätt tidpunkt i sin internationaliseringsprocess. Ett medelstort företag uttryckte det som:

"Man är liksom alltid fel. För stor, för liten, för ungt, för gammalt. Fel tid och fel plats. Det är jättesvårt att passa in i kriterierna för statligt stöd."

Teknikföretagen föreslår att myndigheter som har främjandeuppdrag tydligare kopplar dessa till de gemensamma mål för exportfrämjandet som regeringen fastställer. Teknikföretagen föreslår också att det statliga främjandesystemet blir mer effektivt i de viktiga försteg av policyutveckling och kapacitetsöverföring som krävs.

Teknikföretagen vill särskilt belysa det viktiga uppdrag som Tillväxtanalys utlandsverksamhet haft i att utföra policy- och styrmedelsanalyser på utvalda marknader. Sådana analyser, i gränslandet mellan policy och handel, bör i högre grad göras före en satsning på internationalisering och kan skräddarsys för en specifik bransch, exempelvis miljöteknik eller informations- och kommunikationsteknik, IKT. Vi föreslår därför att Tillväxtanalys får utökat mandat att åter utföra mer marknads- och branschnära policyarbete.

⁸ Intervju Energimyndigheten



4. Ekonomisk diplomati och exportfrämjande

Sverige har en av de mest konkurrenskraftiga ekonomierna i världen; vi ligger i framkant i hållbar utveckling och har rykte om världsledande miljö- och energiteknik, läkemedel, vård och omsorg, IT och i snabbt växande utsträckning de kreativa näringarna.

Den svenska och nordiska välfärdsmodellen väcker fortsatt stort intresse. Det statliga och privata Sverige ("Sverige AB") är i främjandesammanhang internationellt ett starkt varumärke.

Men omvärldens snabba förändringar ställer nya krav och konkurrensen hårdnar. Ekonomiska styrkeförhållanden förskjuts, nya marknader utvecklas, avregleringar och privatiseringar skapar nya marknadsförutsättningar och tempot i forskning och utveckling accelererar.

Mot den här bakgrunden anser Teknikföretagen att det är nödvändigt att ambitionsnivån för det statliga stödet till de svenska företagens internationalisering bör höjas. Som ett led i en sådan ambitionshöjning föreslår vi att begreppet "ekonomisk diplomati"⁹ introduceras. I flera av Sveriges vassaste konkurrentländer uttrycker detta begrepp betydelsen av ett brett ramverk för att främja internationell och långsiktig konkurrenskraft. Konkret uttrycker det ett starkare affärs- och exporttänkande som tydligare ska genomsyra alla de statliga verksamheter och de institutionella strukturer som fokuserar på internationalisering. Det är denna höga ambition och inriktning som vill vi att det svenska exportfrämjandet inriktas mot. Det handlar om att ekonomisk diplomati ska vara en väl integrerad och högt prioriterad del av "En utrikesförvaltning i världsklass"¹⁰ med förankring i svenska intressen och med export och affärer som kärnuppgift.

Om det totala statliga budgetstödet bör öka till det offentliga exportfrämjandet, är i ett samhällsekonomiskt perspektiv svåranalyserat. Vid den senaste större genomgången av den svenska Utrikesförvaltningen från 2011 gjordes bedömningen att det budgetmässiga stödet till det offentliga exportfrämjandet låg mer i under- än överkant jämfört med motsvarande länder. I Globaliseringsrådets rekommendationer från 2009 liksom från Sveriges Allmänna Utrikeshandelsförening, SAU¹¹ förespråkas en höjning av anslaget.

Under alla omständigheter bör starkare fokus läggas på bättre samordning, budgetomfördelningar och effektivisering av utnyttjandet av dessa medel samt förbättrade möjligheter att möta snabba omvärldsförändringar.

Det officiella Sverige spelar en stor roll som stöd i den svenska exporten. En viktig uppgift är ett starkt och tydligt varumärkesbyggande och marknadsföring av "Sverige AB" i internationella sammanhang. Detta bör genomsyra både utlandsmyndigheternas verksamhet, de nationella myndigheternas internationella engagemang samt högnivådeltagande internationellt.

Internationella erfarenheter visar¹², att det som företagen i hög grad efterfrågar, är mer fokus på det man i Danmark kallar "Global Public Affairs"¹³, det vill säga att företagen kan visa att de har stark statlig

⁹ Se den danska exportstrategin "Government Strategy on Export Promotion and Economic Development"

¹⁰ Utrikesförvaltning i världsklass, Peter Egardt, SOU 2011:21

¹¹ <http://www.utrikeshandelsforeningen.se/>

¹² Analyse af den danske eksportfremmeindsats, for Udenrigsministeriet og Finansministeriet, McKinsey januar 2014

¹³ Government Strategy on Export Promotion and Economic Diplomacy, um.dk, maj 2014



uppbackning från politisk nivå samt goda kontakter med relevanta aktörer.

Utvärdering mot satta mål behöver utvecklas för ökad resultatuppföljning av tilldelade budgetresurser. Målet bör, enligt företagen, vara att bättre mäta de konkreta affärsmässiga effekterna av de främjar-evenemang som genomförs. Det gäller delegationsresor, utlandsmyndigheternas verksamhet, Business Sweden och andra statliga och offentliga aktörer. Tydligare styrning/återrapportering och incitament för samverkan och samordning aktörerna emellan bör utvecklas.

Ett tydligare affärsmandat kan för utrikesdepartementet betyda en ökad öppenhet för ta in kompetens från andra delar inom regeringskansliet och myndigheter men skulle även kunna öppna upp för anställning av personer med industribakgrund/affärskompetens och erfarenhet från näringslivet, särskilt för tidsbegränsade uppdrag vid ambassaderna. Miljöteknikattachéer som ska främja miljöteknikexport bör exempelvis ha näringslivsbakgrund.

Ett starkare affärsmandat och öppenhet bör även prägla utlandsmyndigheterna. Många företag ser det idag inte som naturligt att besöka de svenska representationerna för råd och stöd i kommersiella frågor. Visserligen har exportfrämjandet på utlandsmyndigheterna fått en mer framträdande roll under senare år. Och alltfler ambassadörer ser näringslivsfrämjandet som en spännande och angelägen uppgift. Men många företag vittnar samtidigt om att bemötande och intresse bland myndighetscheferna är mycket skiftande och personberoende. Ett tydligare incitamentsystem bör övervägas för att i ambassadörskretsen stärka kompetens och engagemang inom exportfrämjandet.

Som ett element i det statliga främjandet ingås ofta bilaterala samarbetsavtal, så kallade Memorandum Of Understanding vid högnivåbesök. Det kan vara avgörande för många länders handelsfrämjande att teckna sådana avtal, men vanligtvis är affärsvärdet av dessa avtal oklart. För att öka deras operativa betydelse bör de, när så är möjligt, kompletteras med ett annex, där ett antal för båda parter intressanta projekt anges. Detta ger möjlighet till konkret kommersiell uppföljning.

Ambassader och konsulat skulle kunna utformas som testfastigheter eller ”showrooms” för svenska tekniker och produkter. Till exempel för installationer av nya, innovativa lösningar inom miljöeffektiv och hållbar teknik.

Dramatiskt fallande oljepriser, sanktioner mot Ryssland och fallande tillväxt i flera av tillväxtländerna är bara några av de ganska plötsliga förändringar som påverkar länder, marknader och branscher. För många företag blir det allt svårare att orientera sig. Kvalificerad bevakning av dessa omvärldsförändringar sker bland annat genom UD och utlandsmyndigheternas politiska rapportering, Finansdepartementets makroekonomiska analyser, EKN:s landriskrapporter, regelbundna marknadsanalyser från Business Sweden och genom FoU- och branschgenomgångar från Tillväxtanalys med flera.

Teknikföretagen föreslår att en översyn bör genomföras av hur den statliga omvärldsbevakningen på ett relevant, mer sammanhållet och tydligare sett kan kommuniceras till, och skapa värde för, företagen.

Teknikföretagen föreslår vidare att det tydliggörs hur ett affärsperspektiv ska genomsyra alla utlandsmyndigheter och att det definieras tydligare vilken roll ambassaderna kan spela för att främja svenska företags intressen i landet.



5. Samverkan mellan politikområden

Utmaningar finns inte bara i det befintliga exportfrämjandesystemet, utan också mellan politikområden. Det har saknats en sömlös koppling mellan handelspolitiken och näringspolitiken, något som nu åtgärdats genom att delvis flytta över ansvaret för handelsfrågorna till Näringsdepartementet. Det har också från regeringens sida uttryckts att alla ministrar har ett handelsfrämjansvar, och ska kunna leda handelsfrämjande delegationer beroende på sakområde vilket är positivt.

Forskning och innovation är ett politikområde som hänger starkt ihop med internationaliseringen och exportfrämjandet. Här behöver det tillses att strategierna hänger ihop och samverkar mot samma mål. Dagens innovationsbolag är framtidens exportbolag, och en viktig del i vad Sverige ska leva av i framtiden.

På biståndsområdet finns en allt starkare önskan och krav bland våra samarbetsländer att komma vidare från de traditionella givar-/mottagarrelationerna till ett nytt mellanstatligt samarbete. Det gäller inte minst gruppen snabbväxande afrikanska länder. Dessa nya relationer bör i ökad utsträckning baseras på områden där svensk kompetens är särskilt framträdande, bland annat inom energi- och infrastrukturområdet. Det finns en snabbt växande potential att knyta ihop export- och handelsfrågorna med insatser inom utvecklingspolitiken så att dessa sammantaget och i högre grad både bidrar till prioriterade utvecklingsmål och kommer svenska företag och lösningar till gagn.

Vi ser också hur insatser inom skilda politikområden som klimat, miljö och utveckling allt mer flätas in i och förstärker varandra. ”Power Africa” är ett nytt innovativt mångmiljardinitiativ mellan främst Sida och US-Aid som gått samman om långsiktigt stöd till hållbara energiprojekt i Afrika. På dessa områden har svensk industri stor kunskap och lång erfarenhet. När engagemang som till exempel Power Africa ingås från svensk sida är det av stor vikt att upphandlingsreglernas utformning noga beaktas så att svenska företag ges likvärdig behandling. Viktigt är också att relevant information om svenska statliga satsningar inom bland annat miljö- och utvecklingsområdet på ett förståligt och inbjudande sätt kommuniceras till företagen.

Teknikföretagen efterlyser en större samverkan som spänner över fler departementsgränser och politikområden, exempelvis handel och bistånd, handel och klimat, forskning och innovation och handel med flera. Näringsliv och branschorganisationer bör tidigt bjudas in i dialoger så att man lättare förstår och ser möjligheterna för företag och export i till exempel bilaterala samarbeten med andra länder.



6. Samverkan med näringslivet

Ett litet exportberoende land som Sverige är särskilt beroende av fungerande samarbete och dialog mellan stat, näringsliv, fack och akademi. Teknikföretagen välkomnar Regeringens inrättande av ett Innovationsråd med inriktning på övergripande frågor om svensk ekonomis utmaningar. Nyligen har Teknikföretagen gett sin syn på dessa utmaningar i sin Industri-strategi¹⁴ – En strategi för arbete och välfärd i Sverige”.

Lika viktigt som att samråd och samverkan sker i Sverige är ett aktivt arbete från ambassader och konsulat att samla olika svenska företag och främjandeaktörer i utlandet. Formerna kan ta sig olika uttryck beroende på lokala villkor. Ambassadören spelar här en nyckelroll i att regelbundet samla de olika aktörerna för ömsesidiga informationsutbyten, gemensamma främjandesatsningar, utformning av besöksprogram med mera.

Teknikföretagen föreslår att det från regeringens sida inrättas långsiktiga referensgrupper/dialoger på olika nivåer med näringslivsföreträdare som bollplank till regeringen under och i exportstrategins genomförande. Teknikföretagen med 3 700 medlemmar som står för hälften av den svenska varuexporten ser sig som en naturlig dialogpart i ett sådant arbete.

Den globala marknaden för strategisk projektexport är betydande. Det gäller såväl eftersatta investeringsbehov i infrastruktur i utvecklade länder som nyinvesteringar i tillväxtländer, bland annat drivet av den globala klimatomställningen. Med ökad konkurrens, inte minst från Kina, står våra företag inför stora utmaningar.

Teknikföretagen föreslår att dialogen mellan exportfrämjandet och projektexportföretagen bör utvecklas och fördjupas.

¹⁴ Industri, Innovation och Västland – En strategi för arbete och välfärd i Sverige, Teknikföretagen 2014



7. Anpassat stöd till olika företagssegment

De hundra största svenska företagen står för cirka 70 procent av den totala exporten. Det kan då uppfattas som en paradox att merparten av exportfrämjandet inriktas på de små- och medelstora företagen. Men det är där som den snabbaste tillväxten sker och det är där som många av de nya jobben skapas.

Storföretagen

För att globaliseringens möjligheter ska tas tillvara och för att stärka svensk ekonomi och handel ligger tyngdpunkten för de stora företagen på frågor om ett förstärkt multilateralt handelssystem inom WTO liksom regionala avtal som handelsavtalet TTIP mellan EU och USA, en effektiv inre marknad och en öppen handelspolitik inom EU, fri rörlighet av arbetskraft och god infrastruktur. Av stor betydelse är även standarder och standardisering som verktyg för en framgångsrik svensk export, import och svensk konkurrenskraft. Viktigt är också en säker tillgång till strategiska råvaror, inte minst sällsynta jordartsmetaller.

För de största exportföretagen handlar goda exportförutsättningar främst om handelspolitiska regelverk som avspeglar företagets beroende av välfungerande internationella värdekedjor. Det handlar i lika hög grad om det svenska näringspolitiska klimatet. Några av nyckelorden är konkurrenskraftiga priser och skatter, goda förutsättningar för forskning och utveckling och kommersialisering av innovationer och god tillgång till utbildad arbetskraft.¹⁵

Många av de stora svenska företagen är globaliserade och verkar i globala värdekedjor¹⁶. Export får då en något annan innebörd, men företagets behov av stöd och deras roll i värdekedjan av export kopplat till underleverantörer är alltså otroligt viktigt.

I flera fall efterfrågas stöd i form av högnivåuppbäckning vid stora affärer. Det gäller inte bara på

komplexa och svåra marknader, utan kan vara lika avgörande på närmarknader i Europa. Det är en viktig del i den ”ekonomiska diplomati” som resoneras kring tidigare.

Många av de stora exportföretagen är också starkt beroende av konkurrenskraftiga finansieringsmöjligheter genom Svensk Exportkredit, SEK, och garantiåtaganden från Exportkreditnämnden, EKN.

Relationerna mellan de stora företagen och främjandet behöver generellt fördjupas. De stora företagen behöver få en tydligare uppfattning om relevanta instrument och rådgivning som det offentliga exportfrämjandet kan erbjuda. Det gäller också de nya samarbetsrelationer som utvecklas tillsammans med biståndet på snabbväxande marknader som Afrika. Det kan även gälla de projekt- och finansieringsmöjligheter som skapas av nordiska, europeiska och multilaterala organisationer såsom Nordiska Investeringsbanken, NIB, Europeiska utvecklingsbanken, EBRD, Europeiska investeringsbanken, EIB och Världsbanken.

Omvänt behöver exportfrämjandet lära och få en tydligare bild av hur de stora svenska exportföretagen uppfattar sina kort- och långsiktiga utmaningar och de strategier de utvecklar för att möta framtiden. I detta sammanhang föreslås att svenska ambassadörer ges möjlighet att under perioder ges inblick i och delta i de stora svenska exportföretagens ledningsgrupper för att få en djupare inblick i de affärsmodeller som dessa företag utvecklar.

¹⁵ SOU 2008:90

¹⁶ ”Made in Sweden? Ett nytt perspektiv på relationen mellan Sveriges import och export”, Kommerskollegium 2010



”Dragloksföretag” och konsortiebildning – hur stora kan hjälpa mindre

Från sjuttio- och en bit in på 2000-talet arbetade ett antal svenska storbolag med anläggningsexport. Flera ledande företag utvecklade helhetslösningar inom bland annat infrastruktur, energi och anläggning. De stora företagen gick ut på internationella marknader tillsammans med små- och medelstora projektpartners från Sverige och agerade därigenom ”draglok” åt mindre underleverantörer. Idag ser strukturen inte ut så, de stora bolagen är globaliserade och etablerade med lokalt förankrade dotterbolag på internationella marknader. Dotterbolag som ofta köper in från lokala underleverantörer eller underentreprenörer. Genom nya utländska ägarstrukturer blir det svenska ”arvet” mer av anekdotisk karaktär.

Idag finns därför få storbolag som med denna samverkansmodell tar på sig en affärsdriven roll som draglok för de svenska små och medelstora företagen. Vi har även förhållandevis få stora internationella aktörer inom infrastruktur med rötter inom bland annat kommunal miljö, jämfört med viktiga konkurrentländer som t.ex. Frankrike och Tyskland.

På senare år har en rad nya affärs- och samverkansmodeller vuxit fram. Det gäller både modeller som är rent affärsdrivna och sådana med statlig involvering. Försök har gjorts genom exempelvis utvecklingen av kommunikationsplattformen¹⁷ SymbioCity¹⁸ för hållbara städer, som senare replikerades att även omfatta andra branschområden som SymbioCare, och SymbioIT. Utvärdering har dock visat att det inte varit helt enkelt att fylla konceptet med relevant innehåll som leder till exportaffär. Fortfarande saknas en aktör som vill och maktar med att ta på sig affärsrisk och kan sy ihop en stor projektexport. Rekommendationerna från Business Sweden som förvaltar plattformen är att se över den svenska ”verktyglådan” särskilt på möjligheter att

delfinansera förstudier och pilotprojekt. Man pekar också på att ha ett mer affärsnära och efterfrågestyrt främjande och en fokusering och kraftsamling för strategiska projekt.¹⁹

Entreprenörskapsforum har på uppdrag av WWF tittat på nya modeller för export av just miljöteknik och kommer också fram till behovet av en ”system-/affärsintegrator” som de i sin rapport kallar för ”dirigent”.²⁰

Inom den samnordiska organisationen ”Nordic Innovation” pågår ett ambitiöst projekt för utveckling av ”dragloksmodeller” för samverkan och konsortiebildningar mellan nordiska företag. Rekommendationerna gäller bland annat behovet av analys av komplementaritet mellan nordiska branscher och företag. Man påtalar också behovet av analys av exportpotentialen vid samverkan mellan nordiska bolag samt en identifiering av ”best practices” och ”lessons learned” av redan genomförd nordisk bransch- och företagssamverkan.²¹

Rent affärsdrivna modeller växer nu fram där många baseras på stora och små företags ”symbios”. Framförallt inom läkemedelsindustrin knyter många av de stora företagen till sig små innovationsdrivna företag med hög nischkompetens. Också inom miljöteknikexporten ser vi hur flera svenska småföretag söker partners och kontaktytor i bland annat Tyskland.

Flera stora företag har uttryckt att de borde kunna hjälpa till att vägleda sina underleverantörer till att skaffa fler internationella kunder: ”Vi vill hellre vara en liten kund hos en liten underleverantör, än den enda, stora kunden. Det ger oss en säkrare och mer erfaren underleverantör.” Andra föreslår ett system med mentorskap där exporterfarna personer från medelstora och stora företag överför erfarenheter till de mindre.²²

¹⁷ <http://www.regeringen.se/sb/d/3021/a/152412>

¹⁸ <http://www.symbiocity.org/>

¹⁹ Dragning av Business Swedens uppdrag att utveckla konceptet SymbioCity 2015-01-22

²⁰ ”An outline of how international collaborations can support the diffusion of climate innovations – a pre-study”, Maria Adenfelt, Entreprenörskapsforum

²¹ ”Locomotive Business – how can large businesses be the catalyst for small and medium-sized enterprises in exporting cleantech?”

²² Teknikföretagens exportworkshop dec 2014



Teknikföretagen föreslår att stödsystemet segmenteras på ett tydligare sätt för olika målgrupper av företag.

Teknikföretagen föreslår att främjandet tillsammans med näringslivet och storföretagen hittar nya samverkansmodeller mellan stora erfarna svenska exportföretag och små och medelstora företag som kan utvecklas med hjälp av statligt stöd (till exempel från myndigheter). Vidare bör det göras en sammanställning och analys av svenska och internationella framgångsrika exportmodeller där små företag får draghjälp av stora.

De små och mellanstora företagen

För de mindre företagen behövs mer av långsiktigt stöd i de olika stegen i internationaliseringsprocessen snarare än kortsiktiga nedslag i form av subventionerat deltagande i delegationsresor eller generella marknadsanalyser.

En kritik som framförs är att företagen av olika främjare ibland nästan övertalas att åka med ”till jordens alla hörn” på delegationsresor eftersom det råkar finnas avtal, politiska prioriteringar eller andra ”interna” syften som gör att man vill främja affärer med en viss marknad eller ett visst land. Det kan naturligtvis finnas prioriterade skäl, men med tanke på de begränsade resurser små och medelstora företag har i form av tid och finansiering bör man som statlig främjare när det gäller små och medelstora företag i högre grad utgå från företagets efterfrågan och behov.

Ett litet företag i bioenergibranschen uttryckte:

”Det är en tillräckligt stor risk och satsning för oss att ta oss över Östersjön [till Baltikum]! Det får vi ingen hjälp med trots att utväxlingen skulle vara större än när de vill att vi ska åka med till andra sidan jorden”.

De riktigt små företagen (och inom vissa sektorer som exempelvis miljötekniksektorn, har mer än 90 procent av företagen färre än tio anställda) behöver verkligen statligt stöd för internationalisering men då gäller det ofta i första hand närmarknader.

Främjandet till små och medelstora företag idag innebär mer eller mindre subventionerade tjänster från exportinformation till konkret sälj- och marknadsstöd. Det kan bland annat ske genom regionala exportrådgivare i Sverige och av Business Swedens utlandskontor. Det gäller stöd till affärsmöjligheter på olika marknader, exportinformation om tullar, produktkrav, utformning av affärssplaner, marknadsupport etc.

Ett förslag från företagen är att få tillgång till en statligt finansierad ”exportcoach” som långsiktigt följer och stödjer företagen under olika faser i processen mot en exportaffär.

Flera mindre företag efterlyser ”exportutbildning” med både kortare och längre affärsnära kurser inom olika områden – en ”Export Promotion Academy”. Många ingenjörskrivna företag efterlyser också rena exportsäljarkurser. ”Vi har en fantastisk affärsidé/ produkt men har svårt att hitta rätt sätt att ”pitcha” den på ett säljbart sätt i internationella sammanhang.”

Teknikföretagen föreslår att man bör samla de affärsnära stöd, verktyg och instrument som riktar sig till små och medelstora företag och även ser över möjligheterna till ett ”exportcoachsystem” som handgripligen kan hjälpa de minsta företagen att navigera i stödsystemen.

De mellanstora företagen tillhör det segment som har störst potential att växa på internationella marknader med rätt stöd.

Teknikföretagen förelär därför att det bör utredas om de medelstora företagen får det stöd som de behöver för fortsatt expansion på utlandsmarknaderna. Mer generellt kan frågan ställas om den vanliga segmenteringen av företag enligt storlek är för grov för att svara mot de främjarinstrument som utformas.



8. Nordisk samverkan

Intresset från de nordiska länderna om närmare samverkan har genomgått stora svängningar under efterkrigstiden. När Sverige och Finland blev medlemmar i EU 1995 kom mycket av det nordiska samarbetet att klinga av. Blickarna vändes mot Bryssel. Av olika skäl har ett förnyat intresse knutits till nordiskt samarbete under senare år.

En nyligen genomförd studie²³ visar att det finns ett stort internationellt intresse för Norden och det nordiska samarbetet. Mot den bakgrunden har Nordiska ministerrådet fått i uppdrag att utarbeta en gemensam nordisk strategi för hur vi kan utnyttja varumärket Norden i internationella sammanhang. Det gäller bland annat att stärka Nordens ställning som en av Europas viktigaste tillväxtregioner.

De nordiska länderna är små i förhållande till världsmarknaden och den stora potential som finns på tillväxtmarknader i Asien, Latinamerika och Afrika. Företagsstrukturen i våra nordiska länder ser delvis annorlunda ut vad gäller branschriktning och företagsstorlek. Gemensamt är dock en dominans av små och medelstora företag. Inom vissa områden råder en konkurrens mellan företag i de nordiska länderna. Inom flertalet andra områden råder komplementaritet, särskilt då vi pratar om export till stora volym- eller tillväxtmarknader.

Vi ser därför en inte oväsentlig outnyttjad potential för nordisk samverkan för internationalisering och export. Redan idag finns goda exempel med gemensamma nordiska paviljonger på strategiskt viktiga mässor som stadsbyggnadsmässan GreenBuild i San Francisco eller de gemensamt finansierade nordiska inkubatorer som etablerats i Silicon Valley och Masdar City.^{24, 25} Nyligen har även stöd till industriellt samarbete mellan Island och Sverige inom geotermisk energi inletts. Initialt gäller det gemensamma främjarinsatser i Indonesien.

I försteget till det som senare blev ett inkubatorkontor i Masdar City i Förenade Arabemiraten uttryckte den finske ambassadören ”Tänk om jag kunde marknadsföra svenska eller norska företag när jag ändå marknadsför de finska – det vore ju fantastiskt!”²⁶

Det finns fyra nordiska finansieringsorganisationer samlade i Helsingfors. De är generellt ganska okända bland svenska företag trots att de har betydande finansiella resurser och hög kompetens inom flertalet områden av vikt för nordiskt näringsliv, både för små och stora företag. De är sammantaget verksamma med lån, garantier, investeringar och förmånliga biståndskrediter på flertalet geografiska marknader. Alla institutionerna har nordisk näringslivssamverkan som delmål.

Det finns naturligtvis risker och hinder med de lager av administration och byråkrati som gör att många nordiskt gemensamma processer kan dra ut på tiden. Men det finns exempel på framgångsrik nordisk samverkan som bör sporra till mer systematisk efterföljd. Ett naturligt steg vore att pröva närmare samverkan på marknader där alla nordiska länders officiella närvaro är låg.

Teknikföretagen föreslår att man tittar närmare på en nordisk samverkan för exportfrämjandet av våra teknikföretag och hur man kan hitta synergier och dra nytta av ett starkt nordiskt varumärke på en global marknad. Inkubatorkontor och gemensamma nordiska paviljonger på större strategiska mässor kan vara ett exempel. Det bör även belysas och kommuniceras på ett tydligt sätt till företagen vilka stöd och finansieringsmöjligheter som finns på nordisk nivå.

²³ Budgetpropositionen 2014/15 UO 5

²⁴ <http://www.nordicinnovationhouse.com/tinc/>

²⁵ <http://www.nordicinnovation.org/sv/nyheter/new-incubator-office-opens-new-possibilities-in-the-uae/>

²⁶ Samtal med finska ambassadören till Förenade Arabemiraten, 2012



9. Prioritering av marknader

Det är en ständigt pågående diskussion kring var och mot vad särskilda satsningar bör göras inom det offentliga exportfrämjandet. I denna diskussion bör näringslivets potential inom olika branscher samt behov av stöd vara vägledande. Under förra mandatperioden presenterade regeringen ett initiativ med prioritering av 20 länder som skulle stå i centrum för särskilda satsningar. Valet av dessa länder byggde på en sammanvägning av ett antal faktorer såsom länders ekonomiska storlek och tillväxtpotential. Även Business Sweden har analyserat fram länderlistor på olika initiativ. Nu senast kom sittande regering med en lista på 26 länder dit Sverige bör rikta sitt statliga exportfrämjande.

En inriktning mot viss koncentration av resurser är naturligtvis lovvärt i syfte att använda statliga medel ändamålsenligt och effektivt. Samtidigt måste det finnas en dynamik och en beredskap inför snabba omvärldsförändringar. Flera av de marknader som fanns med på tidigare listor har sedan initiativet presenterades gått mot en svagare eller i vissa fall dramatiskt förändrad ekonomisk situation.

Att peka ut marknader och länder måste ske i samverkan med svensk industris intressen och erfarenheter. En del av främjandet bör också vara obundet till enskilda länder.

Vi tror också att ”ländertänkandet” tydligare behöver kompletteras i en rad avseenden. Många länder, både i- och u-länder, har och förväntas under lång tid ha begränsat budgetmässigt utrymme för både sociala reformer och större satsningar inom bland annat infrastruktur. Många stora och mindre städer däremot, har genom avgifter, lokala skatter, försäljning av mark med mera relativt goda förutsättningar för finansiering av offentliga åtaganden, inte minst på eftersatta områden inom hållbar stadsutveckling.

Särskilda främjandesatsningar bör också övervägas mot områden där Sverige eller svenska företag redan har goda ingångar. Det industriella samarbetet med Brasilien om JAS Gripen bör till exempel kunna utnyttjas för bred samverkan inom en rad andra sektorer. Detta trots att den tidigare snabba ekonomiska utvecklingen i Brasilien nyligen har planat ut.

De goda och ofta mycket långvariga relationerna med svenska ”biståndsländer” bör också mer genomtänkt byggas ut till mer normala och för båda parter givande kommersiella samarbeten.

Svenska företag med global närvaro har vanligtvis god information om intressanta större program och projekt som planeras i deras olika verksamhetsländer. För att möta konkurrensen i sådana situationer behöver exportfrämjandet, när så efterfrågas, kunna kraftsamla med god kompetens och resurser för olika typer av stödåtgärder. Särskilt i tidiga faser av stora projekt är det av ofta avgörande vikt att kunna erbjuda projektförberedande- och projektunderstödjande insatser.

Teknikföretagen föreslår att prioriterade marknader för det offentliga exportfrämjandet koordineras mellan de statliga aktörerna.

Teknikföretagen föreslår att man i ett tidigt skede analyserar och kartlägger stora strategiskt viktiga investeringsprojekt runt om i världen, till exempel nya städer/stadsdelar i snabbväxande länder och hur ”Sverige AB” kan komma in och ta affärer i dessa.



10. Upphandling i internationella organisationer

Den multilateralt finansierade marknaden är relativt stor, snabbt växande och betalnings-säker. Den utgörs av EU:s olika program och finansinstitutioner som EIB, FN:s många olika organisationer samt internationella finansinstitutioner som Världsbanken och de stora regionala utvecklingsbankerna samt internationella organisationer som CERN. Generellt visar statistiken att Sverige under många år uppvisat låga upphandlingsandelar på "multimarknaden", även om det i viss mån varierar över tid och mellan institutioner. Det gäller särskilt i FN som får mycket stora finansiella bidrag från Sverige. Det är en utmaning att kunna visa att Sverige har mer att bidra med än bara finansiella resurser.

Sverige borde i högre grad kunna göra tydligt att svenska företag har kompetens och tekniska lösningar som kan stärka de olika FN-organens verksamhet. Det kan till exempel gälla energi- och miljöanpassade förläggningar för de mer än 100 000 FN-soldater som är stationerade runt om i världen.

Inom ramen för exportfrämjandet bör förnyade åtgärder vidtas för att söka öka engagemang, kunskap och närvaro bland de svenska företagen i de projekt och program som växer fram i de offentligt finansierade internationella organisationernas "pipeline". Samtidigt måste företagen vara selektiva med sitt deltagande i stora upphandlingar som utlyses av främst utvecklingsbankerna. Kostnaderna för utformning av ett väl utformat och konkurrenskraftigt anbud kan uppgå till stora belopp, ofta utan att företaget kan bedöma chansen att vinna.

En återkommande fråga är korruption i "multiorganisationernas" upphandling. Flera svenska företag avstår från att lämna anbud, på vad som uppfattas som riskfyllda upphandlingar i FN och i utvecklingsbankerna. Betydande ansträngningar att strama upp regelverket har dock gjorts under senare år. Det gäller främst utvecklingsbankerna som ofta hanterar värdemässigt mycket stora upphandlingar, av både konsulter och levererande företag. Inom FN går denna process väsentligt långsammare. Sverige har

gjort framstötningar till andra medlemsländer för att skapa engagemang om stramare regelverk i dessa frågor och sökt initiera att de olika multiorganisationerna skapar rutiner för en mer rigorös uppföljning av anbudsprocesser. Teknikföretagen välkomnar dessa ansträngningar men anser att regeringen bör lägga ytterligare vikt vid dessa frågor. Både för att dessa organisationer ska kunna leverera mer värde för pengarna och för att svenska företag ska känna ökad trygghet vid anbudsproceduren.

Från svenska företag hävdas också att upphandlingsreglerna i både FN och utvecklingsbankerna inte bara brister i transparens utan också är delvis omoderna och tydligare borde utformas för att främja "grön upphandling", livscykelkostnadsperspektiv och så kallad funktionsbaserad upphandling. I ett internationellt perspektiv ligger svensk kompetens och erfarenheter långt framme avseende modern offentlig upphandling. Det behöver övervägas hur den kan göras nyttig även i det multilaterala systemet.

Under senare år har en väsentlig och stegvis neddragning skett av hel- och deltidstjänster på utlandsmyndigheterna för bevakning av upphandlingsfrågor i de internationella organisationerna. Senast gällde det avveckling av heltidstjänsten på FN-representationen i New York som bevakade många av FN:s upphandlingar.



Teknikföretagen anser att ett ökat engagemang i dessa frågor skulle kunna skapas genom att uppfylla flera organisationers önskan om så kallad ”sekondering” från svenska näringslivsaktörer och myndigheter för att stärka upphandlingskompetens och kapacitet. På detta område borde ett närmare samarbete kunna utvecklas med de andra nordiska länderna som också är stora bidragsgivare till bland annat FN.



11. Miljöeffektiv teknik på export

I internationella jämförelser²⁷ rankas svensk miljöteknik högt, vanligtvis når vi topplaceringar. Det gäller bland annat teknologisk spets, bredd och kvalitet. Och det gäller inte minst ett långt drivet systemtänkande. Denna styrka i miljötekniken går tillbaka på strikt lagstiftning och väl utformade statliga incitamentsystem som drev utveckling av ny teknik. Regelverken i Sverige kom på många områden att introduceras tidigare än i flertalet andra industriländer. Detta försprång har idag jämnats ut gentemot många andra industriländer. Och nya konkurrenter som Kina kommer med stormsteg in på dessa marknader. Men Sverige har fortsatt goda industriella förutsättningar inom områden som hållbar energi-, miljö och transportlösningar.

Miljötekniksektorn i Sverige är stark och jämfört med andra länder har Sverige genom politiska och ekonomiska styrmedel i ett tidigt skede påverkat tillväxten på miljöteknikområden. Vidare har samarbeten mellan kommuner, forskningsinstitutioner och näringsliv medfört att Sverige ligger i framkant inom många forsknings- och utvecklingsområden. Det har även lagts stor vikt vid informationsbaserade styrmedel, vilket har inneburit en allmänt hög miljömedvetenhet i landet. Kommersialiseringen av forskningen ligger dock på en jämförelsevis låg nivå.²⁸

Marknaden för miljöteknik växer kraftigt i takt med att klimat- och energifrågor blir allt mer centrala och helhetstänkande allt viktigare. Även om Sverige har ett gott klimat för teknikutveckling, fungerande stödsystem och en växande miljöteknikexport begränsas exporten av den rådande industristrukturen. Idag har mer än 80 procent av de svenska miljöteknikföretagen färre än tio anställda och är att betrakta som små företag. Samtidigt finns få stora och medelstora företag. Små företag har mer begränsade möjligheter att ta de risker som en internationell expansion medför, i synnerhet om affärerna både är kapitalintensiva och har en säljprocess som ofta är både tidskrävande och omfattande, vilket är vanligt vid försäljning av miljöteknik. Det får till följd att svenska företag, trots goda kvalifikationer,

saknar kapacitet att kapitalisera på de affärsmöjligheter som finns.

Svenska system- och produktleverantörer har begränsade möjligheter att sälja produkter anpassade till en svensk kontext på marknader där motsvarande helhetstänkande saknas. För att skapa exportmöjligheter är således kunskapsöverföring en viktig komponent på marknader med låg mognadsgrad. Även på mer mogna marknader kan erfarenhetsutbyten, mellan såväl privata som publika aktörer, skapa bättre förutsättningar för exportföretagen.²⁹

Det finns även generella svårigheter för små miljöteknikföretag att växa. En påtaglig svårighet är bristen på kapital i tidiga faser av företagsutveckling, vilket är en följd av hög risk och lång tidshorisont till kommersialisering. För miljötekniksektorn utgör bristen på kapital, särskilt i de tidiga faserna, ett reellt hinder för tillväxt.³⁰

Andra svårigheter av generell karaktär inkluderar bristen på storskalig demonstration samt att de svenska storföretagen i större utsträckning säkrar tillgången på innovationer och nya tekniker internationellt. Dessutom baseras en del av efterfrågan på miljöteknik på politiskt beslutade styrsystem, vilket gör det svårare för investerare att bedöma risken i produkten.³¹

²⁷ Sweden in Global Cleantech Innovation Index 2014, Cleantech Group

²⁸ Ökad tillväxt inom miljöteknik – Mer kapital i tidiga skeden, Energimyndigheten

²⁹ Marknadsprioriteringar för svensk miljöteknikexport, Exportrådet

³⁰ Ökad tillväxt inom miljöteknik – Mer kapital i tidiga skeden, Energimyndigheten

³¹ Ökad tillväxt inom miljöteknik – Mer kapital i tidiga skeden, Energimyndigheten



Den fyraåriga strategi för miljöteknik som Regeringen införde 2011 utgjorde ett välkommet och ambitiöst initiativ till en samlad politik för offentligt stöd till branschen – från forskning och utveckling via hemmamarknad till export. Sverige bör ha fortsatt goda förutsättningar att ta en global ledarroll på miljöteknikområdet och därmed skapa en av Sveriges tillväxtmotorer.

Teknikföretagen föreslår att miljöteknikstrategin i någon form bör ges en fortsättning och vidareutvecklas på grundval av Tillväxtanalys och andra myndigheters kommande utvärderingar.

Teknikföretagen anser att regeringen bör upprätta en brett sammansatt arbetsgrupp som tar fasta på de utmaningar som svensk miljöteknikexport och därmed svenska gröna exportjobb står inför.



12. Offentlig exportfinansiering

En av de svåraste och samtidigt en av de viktigaste utmaningarna för exportföretagen gäller tillgång till relevant finansiering och på villkor som är konkurrenskraftiga.

Teknikföretagen har i sin nyligen framtagna industristrategi³² gett stort utrymme åt frågor om kapitalförsörjning för växande företag. Tillgången på riskvilligt kapital i olika skeden av ett företags utveckling är avgörande för om dessa ska växa och etablera sig på nya marknader. Kritik av olika karaktär har riktats mot den statliga riskkapitalförsörjningen. Staten behöver göra insatserna tydligare så att statligt riskkapital går till att minska risker och skapa tillväxt och utvecklingsresurser för tidiga skeden.

Dessa problem är om möjligt ännu svårare när det kommer till senare skeden med behov för offentlig exportfinansiering. Att orientera sig i den stora mångfald av offentlig exportfinansiering som står till buds både i Sverige och utomlands är särskilt besvärligt för små- och medelstora företag. Detta kan illustreras med följande korta översikt:

Sverige: Svensk Exportkredit, SEK, Exportkreditnämnden, EKN, Swedfund/Swedpartnership, Sida, Almi, Vinnova, Energimyndigheten, Tillväxtverket med flera.

Norden: Nordiska Investeringsbanken, NIB, Nordiska Projektfonden, Nopef, Nordiska utvecklingsfonden, NDF, Nordiska Miljöfinansieringsbolaget, Nefco.

Europa: Europeiska Investeringsbanken, EIB, Europeiska Investeringsfonden, EIF, Europeiska utvecklingsbanken, EBRD, Europeiska Sociala Fonden, CDB, med flera.

Globalt: IBRD, IFC, IDA Världsbanksgruppen, FN:s Program, Fonder och Specialorgan.

Tematisk finansiering: Power Africa, FN:s Gröna fond med flera.

Flertalet av dessa offentliga finansierings- och utvecklingsinstitutioner har olika inriktning och avgränsningar avseende geografiskt fokus, sektorer med mera. Sammantaget kan de finansiera alla steg i export- och investeringsprojekt från förstudier till mycket stora och komplicerade projekt, ofta i samfinansieringar med både offentliga och privata finansörer. De har olika koncessionsgrad från rent gåvobistånd till nära marknadsvillkor.

Kreativa finansieringslösningar, särskilt för större projekt av systemkaraktär, kräver överblick och kunskap som inte alltid ens de stora företagen har. Många av de ovan nämnda finansieringsinstitutionerna har särskilt under senare år byggt upp finansieringsmöjligheter riktade till små- och medelstora företag. Även här krävs stor kunskap och överblick för att sätta samman innovativa finansiella lösningar.

För att uppnå en ökad svensk export är det en strategisk fråga både på kort och längre sikt att finansieringsfrågorna ges en betydligt högre prioritet i det offentliga främjarsystemet. Det här är en utveckling som vi ser i många länder, inte minst i många av våra svåraste konkurrentländer. En utmaning är att på ett tydligare sätt utforma svenska finansieringslösningar som kan ingå i och stödja svenska sammanhållna projektlösningar.

³² "INDUSTRI, INNOVATION OCH VÄLSTÅND – En strategi för arbete och välfärd i Sverige"



Teknikföretagen föreslår en kartläggning över vilka finansieringsmöjligheter som finns för svenska exportföretag, med särskild inriktning mot små och medelstora företag. Utgångspunkten bör vara Verksamt.se³³. Man kan tänka sig att komplettera webbaserad information med en mer personlig/dynamisk rådgivande funktion för att navigera i systemet av offentlig exportfinansiering.

Teknikföretagen föreslår att regeringen överväger att utveckla eller återinföra följande stödformer på finansieringsområdet, med särskild inriktning mot små och medelstora företag: Tekniska förstudier, demonstrations-/referensprojekt, anbuds-kostnadsstöd, etableringsstöd.

³³ www.verksamt.se



Bilaga 1. Röster från verkligheten

**Blandade citat från
Teknikföretagens
exportworkshop
december 2014 och
Teknikföretagens
referensgruppsmöte
maj 2015:**

”Exporten ska drivas av företagen men stöttas av staten!”

”Det skulle behövas en ”Din personliga handläggare” i myndighetsfären som kunde hjälpa en navigera i djungeln av myndighetsstöd.”

”Det behövs tydliga mål med exportfrämjandet.”

”Vi behöver marknadsföra välfärd. Människor måste förstå att deras välfärd består av svensk exportframgång.”

”Regeringen borde knyta en permanent grupp av företagsrepresentanter till sig för utvecklandet och genomförandet av sin export.”

”Placera nyckelpersoner på nyckelpositioner på nyckelorganisationer [internationellt].”

”Kanske kan vi ha en talangjakt för små och medelstora företag som vill leverera till större företag.”

”Utveckla PPP-lösningar!”³⁴

”Vi borde kunna utnyttja utvecklingssamarbeten/bistånd att i högre grad indirekt gynna svenska intressen.”

”UD och Sida skulle behöva ha ett mycket starkare exportperspektiv.”

”Det saknas projektexportstöd och stöd till förstudier!”

”Det är statens roll att se till att de små företagen inte flyttar ut när de vill växa.”

”Det behövs mycket mer offentligt stöd till kommersialisering!”

”Idag saknas samlade insatser för marknadsföring. Staten borde kunna gå in med pengar till svenska paviljonger på viktiga mässor etc.”

”Det borde instiftas ett pris till ledare i stora företag som stöttar små och medelstora företag. Vi efterlyser också ett mentorskapssystem där små företag kan lära av de större.”

”Vi behöver ett statligt organ som kan fungera som systemintegratör och ta projektrisk.”

”Vi borde boasta säljargumentet ”Made in Sweden””

³⁴ Public Private Partnerships

”Business Sweden måste vara den enda konsulten i världen som frontar med sitt varumärke före kundens!”

”Tänk om ett större bolag kunde gå i god för ett mindre. Det skulle betyda massor för den första affären på en internationell marknad.”

”Det måste skapas mötesplatser för informationsutbyte mellan stora och små företag.”

”Det är svårt att veta vad man får för pengarna hos Business Sweden. Ofta är det någon nyutexaminerad juniorkonsult som inte förstår vår affär som vi betalar massor av pengar för.”

”Kanske kan en del av det statliga främjandestödet gå till branschorganisationer och branschgrupper, som sitter på stor kunskap om företagen i sin bransch. Varför bara Business Sweden?”

”Det behövs stöd för att skapa systemgrupperingar. Till exempel ett helt system för biogas och biogasdrivna bussar.”

”Vi saknar en långsiktighet och uthållighet i främjandet. Det går inte att visa affärsresultat på så kort tid, en mässas gör ingen affär.”

”Det borde stå ”export” i pannan på alla UD-tjänstemän.”

”Det skulle finnas ett ”Designtorget” fast för teknikföretag. Innovativa lösningar under ett tak.”

”Vi behöver hjälp att finansiera fler referensprojekt i närområdet.”

”När vi ville göra affärer i Qatar frågade dom vad vi hade för lokal adress. Det hade vi ju inte, vi var där på en delegationsresa. Då bad dom oss återkomma när vi seriöst hade etablerat oss i landet.”

”Demomiljö har varit ett avgörande verktyg. Det borde återuppstå och gärna även med finansiering så att det även kan användas på valfri marknad. Det är ju inte bara i tillväxtländer man behöver demonstrera att tekniken funkar, det behövs även på mogna marknader som USA.”

”Vi behöver större samverkan mellan stat och industri – inte som för 20 år sedan, men ändå samverkan!”

”Team Sweden-tänkandet behöver genomsyra även den regionala nivån”

”Business Sweden ger bra inledande stöd, men sedan är det tomt.”

”Hållbart företagande är för vårt företag också ett viktigt marknadsföringsinstrument”.

”Tyskland avsätter 450 Mkr i direkt stöd till företags mässdeltagande. Det hade motsvarande betytt 45 Mkr i Sverige. Vi behöver mer konkret stöd i det statliga främjandet.”



”Delegationsresorna saknar ofta uppföljning”.

”Vi konsulter lever av de snåriga regelverkan. Ju mer komplext, desto bättre.”

”Indien ska bygga 100 nya städer – Tyskland, USA tar flera av dessa som sin affär. Sverige AB borde samlas och vara med och leverera i ett av dem.”

”SymbioCity var ett bra marknadsföringskoncept - men gav få eller inga konkreta affärer.”

”Ett bra exportstöd även till de stora företagen – vi drar ju också med oss små och medelstora företag ut i världen.”

”Exportfrämjandet behöver inte återkommande uppfinnas. Titta i backspegeln och se vad som funkade!”

”Upprättandet av Projektexportsekretariatet – en riktig stänkare.”

”De stöd som finns för små och medelstora företag är för trubbiga. Man passar aldrig riktigt in – antingen är man för stor eller för liten eller så är det något annat fel”.

”Regeringens exportstrategi måste följas av en handlingsplan för genomförandet. Där vill vi vara med.”

”Teknikföretagen borde lobba för ökad samverkan mellan export och bistånd.”

”Vi saknar exempel på ”best practices” och ”lessons learned” i de marknadsanalyser som görs av tex Business Sweden.”

”Våra affärer kräver att staten är med och backar upp. Och det är dom. Till en början. Men så fort det börjar närma sig affär försvinner plötsligt alla man hade bakom sig och då står man helt själv.”

”Mindre rapporter och utredningar – mer verkstad! Det är bråttom!”

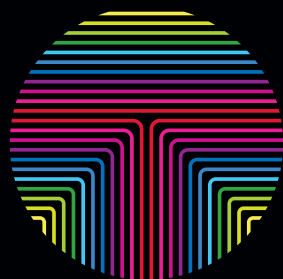
”Någon måste ta lead för systemexporten. Hur ska vi kunna leverera det vi är bäst på, systemlösningar, när vi inte har någon som vill vara systemintegrator.”

”Man ska inte glömma bort det moraliska stöd som staten kan ge. Ibland är det minst lika viktigt.”

”Kortsiktigheten i de politiska systemen gör att vi i praktiken var fjärde år får lägga tid på att ”utbilda” de nya personer i statsmakten som ska vara våra främjare.”

”Det behövs en bred samsyn över blockgränser för vad Sverige ska leva av i framtiden. Satsningarna är så splittrade och så kortsiktiga.”





Teknikföretagen

I EN GLOBALISERAD VÄRLD ÄR KREATIVITETEN SVERIGES STYRKA

TEKNIKFÖRETAGEN är arbetsgivarorganisationen för de kreativa företag som står för en tredjedel av Sveriges export. Över hela landet bistår vi teknikföretag i arbetsrätt och branschfrågor, så att de kan fokusera på att utveckla varor och tjänster i världsklass.